



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2023
Tp. Período	Segundo semestre
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010-C)
Disciplina	5422 - EMPREENDEDORISMO
Turma	ADN/C

Carga Horária: 34

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Origens, evolução e conceitos fundamentais do empreendedorismo. Escolas do empreendedorismo. Panorama do empreendedorismo no mundo e no Brasil. Comportamento e processo empreendedor. Da corresponsabilidade à cooperação. Identificação e avaliação de oportunidades. Mudanças nas relações de trabalho. Características e motivações empreendedoras. Análise econômica e vantagem competitiva. A motivação na busca de oportunidades de negócios. Desenvolvimento de planos de negócios. Relações entre o empreendedorismo e a responsabilidade socioambiental. Estudos de casos.

I. Objetivos

O aluno conhecerá os diferentes conceitos e dimensões do empreendedorismo, do empreendedor dono de seu próprio negócio, do “intraempreendedor” e do “empreendedor social”. O acadêmico compreenderá os elementos que envolvem o processo empreendedor com base na elaboração de uma proposta de valor baseada no Business Model Canvas.

II. Programa

- 1 – INTRODUÇÃO
 - 1.1 Importância da disciplina
 - 1.2 Panorama do Empreendedorismo no Brasil
 - 1.3 Conceito de empreendedorismo e intraempreendedorismo
- 2 - UNIVERSO EMPREENDEDOR
 - 2.1 Origens da Ação Empreendedora
 - 2.2. Conceitos do Empreendedorismo; as dimensões e tipos do Empreendedor.
 - 2.3. As Micro, Pequenas e Médias Empresas e o Empreendedor.
- 3 - COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR
 - 3.1. Características e atitudes empreendedoras
 - 3.4. Empreendedores no Brasil
- 4- IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO
 - 4.1. O Desenvolvimento de uma ideia
 - 4.2. Busca e Seleção de Oportunidades
 - 4.3. Construção da proposta de valor
- 5- O PLANEJAMENTO DE UM NOVO NEGÓCIO
 - 5.1 Negócio tradicional versus Startups
 - 5.2 Diferença entre plano de Negócio e Business Canvas Model
- 6 - ASPECTOS MERCADOLÓGICOS NO DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE VALOR
 - 6.1. Identificação do Ambiente Externo e Influências sobre o Novo Negócio
 - 6.2. Segmentos de Clientes, canais de Comunicação e Vendas
 - 6.3. Fontes de Receita, Recursos-Chaves e Atividades-Chave
 - 6.4 Estrutura de Custos
- 7 - APRESENTAÇÃO DA IDÉIA E NEGOCIAÇÃO
 - 7.1 Pitch de Negócios
 - 7.2 Apresentação da Proposta de Valor

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, dinâmicas de grupo, audiovisuais, estudo de casos, pesquisas bibliográficas, pesquisa de campo, interação de experiência com empreendedores reais, desenvolvimento de projeto e apresentação, utilização de recursos audiovisuais (retroprojetor e vídeo), quadro negro e giz

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos e pesquisas; provas; participação em sala de aula e desenvolvimento de uma proposta de valor com base no Business Model Canvas.

V. Bibliografia

Básica

- ARON, R. A.; SHANE, S.A., Empreendedorismo - Uma visão do processo. São Paulo, Thomson Learning, 2007.
CHIAVENATO, I. Administração de empresas: uma abordagem contingencial. 3ª ed, São Paulo, Editora Makron Books, 1994.
CHIAVENATO, I. Empreendedorismo - Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo, Editora Saraiva, 2004.
DEGEN, Ronald Jean; MELLO, Álvaro Augusto. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo. McGraw-Hill, 1989.
DORNELLAS, J.C.A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2023	
Tp. Período	Segundo semestre	
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010-C)	
Disciplina	5422 - EMPREENDEDORISMO	Carga Horária: 34
Turma	ADN/C	

PLANO DE ENSINO

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): Práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1991.

FROES, C. Empreendedorismo e estratégia. Rio de Janeiro: Quality-mark, 2002.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. 592 p. : ISBN 978-85- 363-0350-5

MARCONDES, R.C.; BERNARDES, Criando Empresas para o Sucesso - Empreendedorismo na Prática. 3ª ed., São Paulo, Editora Saraiva, 2004.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2011. xiii, 240 p. ISBN 9788576058762.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Alta Books, 2020.

Complementar

CAVALCANTI, Glauco; TOLOTTI, Márcia. Empreendedorismo: decolando para o futuro : as lições do voo livre aplicadas ao mundo corporativo . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 152 p. ISBN 9788535252132.

Hassimoto, M. Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, (2006);

PINCHOT, Gifford; PELLMAN, Ron. Intra empreendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 199 p. ISBN 85-352-1398-8

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 008

Data: 25/10/2023